

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт  
Кафедра торгового дела и маркетинга

Допущено к защите  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова  
подпись инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.1 профиль «Коммерция»

код и наименование направления

Организация коммерческой деятельности малого предприятия.

На материалах ИП Ходкевич

тема

Руководитель \_\_\_\_\_ проф. д. э. н. В.В.Куимов  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ КМ 11-1з С.В.Ходкевич  
подпись, дата номер группы инициалы, фамилия

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ проф. д.э. н. В.В. Куимов  
подпись, дата должность, учетная степень инициалы, фамилия

Красноярск 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Организационно-методологические аспекты организации коммерческой деятельности.....	6
1.1 Коммерческая деятельность как система отношений по поводу купли-продажи.....	6
1.2 Функции и содержание коммерческой деятельности.....	10
1.3 Принципы и подходы организации коммерческой деятельности.....	16
1.4 Механизмы коммерческой деятельности.....	20
1.5 Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия....	24
2 Общая характеристика предприятия ИП Ходкевич С.В.....	28
2.1 Организационно-правовая характеристика предприятия ИП Ходкевич С.В.....	28
2.2 Организационно-экономическая характеристика магазина «Одежда»	31
2.3 Место предприятия ИП Ходкевич С.В. на рынке г. Красноярск.....	35
3 Организация коммерческой деятельности и ее совершенствование ИП Ходкевич С.В. магазина «Одежда».....	38
3.1 Анализ организации основных функций коммерческой деятельности магазина «Одежда» ИП Ходкевич С.В.....	38
3.3 Организация финансового обеспечения и качества обслуживания в магазине «Одежда».....	49
3.4 Мероприятия по организации коммерческой деятельности магазина «Одежда».....	85
Заключение.....	91
Список используемых источников.....	94

## **ВВЕДЕНИЕ**

Анализ коммерческой деятельности предприятия базируется на основных принципах диалектики, из которых следует, что все познается в движении; определенных связях, во взаимозависимости; причинно – следственных связей субъектов коммерческой деятельности; на законах развития, принципах и содержании систем коммерческой деятельности.

В связи с переходом к рыночным отношениям в России коммерческая деятельность становится центральным направлением в работе всех отраслей народного хозяйства, а сама коммерческая деятельность становится предметом повышенного интереса, как практиков, так и ученых. Такое повышенное внимание экономистов к коммерческой деятельности обуславливается возрастающей ролью товарного обращения в общественном воспроизводстве, которое отличается остротой проблем реализации продукции и услуг.

Актуальность и значимость темы выпускной квалификационной работы определяется также тем, что анализ и оценка коммерческой деятельности предприятий и её совершенствование позволяет руководителям оценить происходящие процессы, взвесить достигнутые результаты, выявить резервы и разработать мероприятия по их устранению.

В качестве объекта исследования, было выбрано предприятие розничной торговли магазина «Одежды» ИП Ходкевич.

В выпускной квалификационной работе ставится цель: провести анализ коммерческой деятельности магазина «Одежда» и на их основе предложить мероприятия по повышению эффективности его коммерческой деятельности.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- исследовать теоретические и методологические основы анализа коммерческой деятельности предприятия торговли.

- на материалах конкретного магазина «Одежда» провести анализ и оценку коммерческой деятельности предприятия, где осветить: его организационно – экономическую характеристику, финансовое и информационное, материально-техническое обеспечение, провести анализ трудовых ресурсов предприятия, закупочной деятельности, методов продаж и деятельности по оказанию услуг, анализ и оценку эффективности коммерческой деятельности;

- на основе проведенных исследований разработать мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности магазина «Одежда» ИП Ходкевич где: предложить варианты дальнейшего финансового и материально технического обеспечения; использования трудовых ресурсов; улучшения закупочной деятельности, методов продаж и информационного обеспечения и дать технико-экономическое обоснование предложенных мероприятий.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы выступает центральная сфера деятельности торгового предприятия - коммерческая деятельность, её функции, механизмы.

Объектом исследования является отчетные и статистические материалы магазина «Одежда».

Теоретической базой исследования, представленной работы, послужили: труды российских и зарубежных специалистов в области коммерции, нормативно правовые акты. Основной базой исследования являются труды д. э. н. Гунякова Ю. В. «Начала коммерциологии: функциональный аспект» и «Начала коммерциологии. Система внутренних механизмов», где автор раскрывает наиболее важные вопросы изучаемой области – прежде всего предмет и методы коммерческой деятельности, ее объекты, субъекты, финансовое и информационное обеспечение, коммерческие механизмы.

Выпускная квалификационная работа состоит из 98 страниц, проиллюстрирована 16 рисунками, содержит 45 таблиц. Список использованных источников включает – 57.

# **1 Организационно-методологические аспекты организации коммерческой деятельности**

## **1.1 Коммерческая деятельность как система отношений по поводу купли-продажи**

С переходом к рынку все больше значение приобретает коммерческая деятельность торгового предприятия. Она является неременным условием его эффективной работы и развития. Коммерческую деятельность торгового предприятия следует рассматривать в увязке с внешней средой охватывающей широкий спектр экономических и социальных вопросов. Она должна базироваться на российской модели формирования рынка экономических факторах и складывающихся рыночных отношениях. Иначе говоря, коммерческая деятельность предопределяется реалиями экономики переходного периода /21, с.34/.

Понятие коммерции, коммерческой деятельности различные авторы трактуют по разному, рассмотрим некоторые из них, и попытаемся выявить наиболее, на наш взгляд, верное и доступное определение, отражающее истинный смысл коммерческой деятельности.

Панкратов Ф.Г. дает следующее определение: коммерция - вид торгового предпринимательства или бизнеса, но бизнеса благородного, того б и з н е с а , который является основой любой по-настоящему цивилизованной рыночной экономики.

Коммерция - слово от латинского происхождения (Commercium - торговля). Однако надо иметь в виду, что термин «торговля» имеет двоякое значение: в одном случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства (торговлю), в другом - торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров. Коммерческая деятельность связана со вторым понятием торговли - торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи с целью получения прибыли /20. с. 15/.

Половцева Ф. П. приводит несколько вариантов определения

коммерческой деятельности, некоторые из них:

Коммерция - «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» (согласно определению из Толкового словаря В. И. Даля);

Коммерческая деятельность - товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность торгового предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса;

Коммерческая деятельность - особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров от которой зависят конечные результаты торгового предприятия;

Коммерческая деятельность - это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей.

Коммерческая деятельность - комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;

Коммерческая деятельность - оперативно-организованная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли /2, с.38-39/.

Такие авторы, как Осипова Л. В. и Синяева И. М. понимают под словом коммерция совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли /18, с. 16/.

Абчук В. А. дает следующее определение - коммерция это сделность по обеспечению купли-продажи товаров, сопровождающаяся проведением соответствующих расчетов, с целью извлечения максимально возможной прибыли в условиях существующих правовых норм /5. с.14/.

Гуняков Ю. В. вносит корректировку в смысл данных определений и дает свою трактовку понятию коммерческая деятельность - он видит коммерческую деятельность, как совокупность отношений по поводу купли-

продажи с целью получения взаимной выгоды /11, с.17/. Это определение, на наш взгляд, является наиболее верным из вышеприведенных. Во-первых, автор понимает под коммерческой деятельностью совокупность последовательных отношений по поводу купли-продажи, а не сам процесс, и это абсолютно верно, ведь процесс купли-продажи является результатом определенных отношений между производителем, посредником, продавцом и покупателем. Торговля есть не что иное, как взаимосвязи между субъектами коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность - это совокупность отношений по поводу купли-продажи, которая не представляет собой набор исключительно случайных взаимосвязей. Они причинно - следственны детерминированы. Действия субъектов коммерческой деятельности обусловлены внутренним единым универсальным принципом - максимальной полезности, расчета и оптимального выбора. Во-вторых, Гуняков Ю. В. впервые говорит о цели коммерческой деятельности как о взаимной выгоде, до этого принято было понимать под целью - извлечение максимальной прибыли. Другие авторы рассматривают цель коммерческой деятельности только как получение максимальной прибыли по средствам продажи товаров и предоставления услуг, не заостряя внимания на удовлетворении потребностей покупателей. Но в данном определении опять же автор бесспорно прав - он видит целью не только как получение наибольшей прибыли, но и уделяет особое внимание именно удовлетворению потребностей покупателей, так как только через удовлетворение потребностей наиболее полно, торговое предприятие получит наибольшую прибыль[31].

Сущность коммерческой деятельности можно выразить в модели, которая наиболее точно отражает совокупность взаимосвязанных экономических и торгово-технологических отношений и результаты этих отношений, наглядно это представлено на рисунке 1.



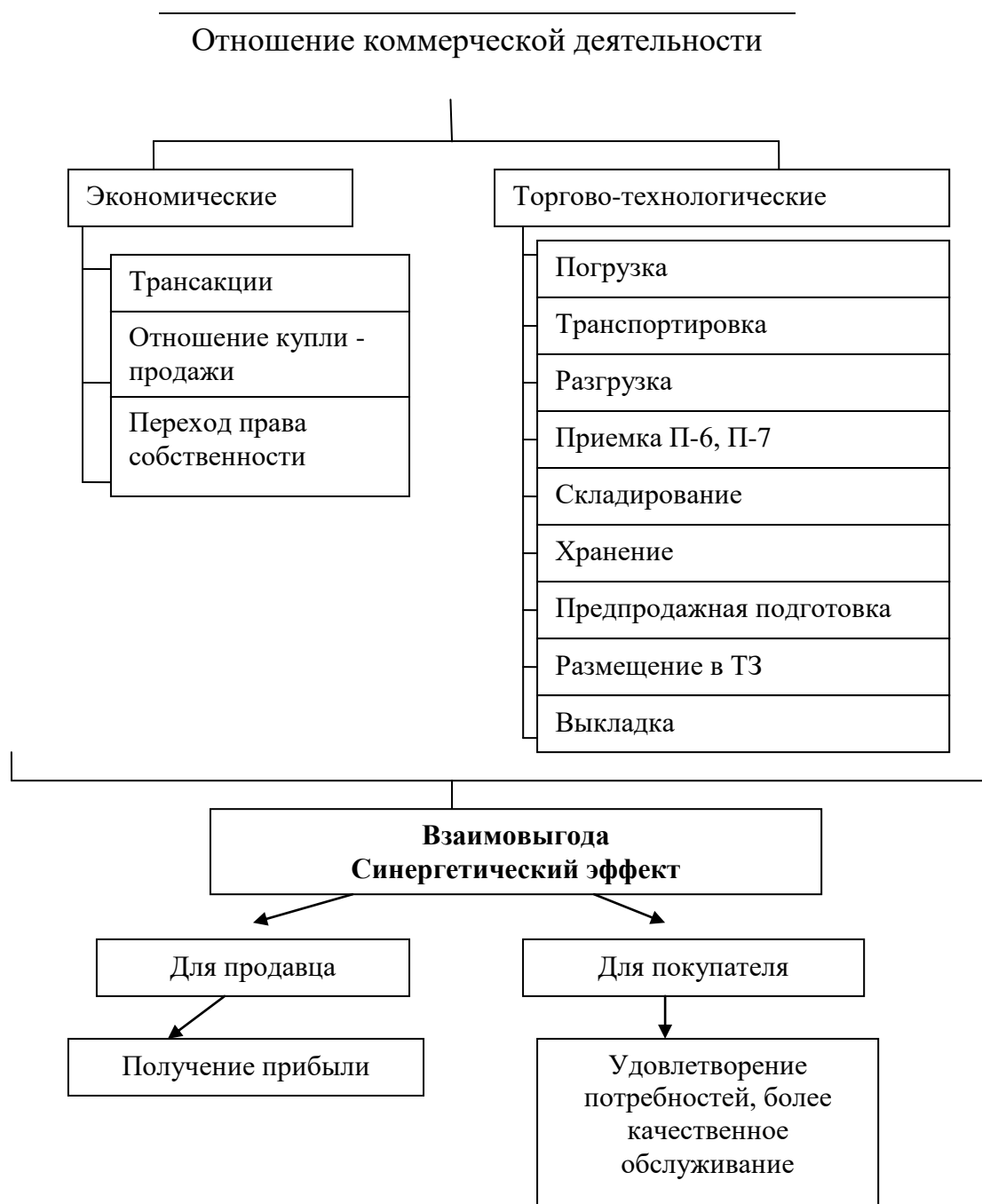


Рисунок 1 - Сущностная модель коммерческой деятельности

Из вышеприведенной модели наглядно видно, что коммерческая деятельность это система экономических отношений и торгово-технологического процесса вместе взятых. Итогом этого взаимодействия является, взаимовыгодна, на основе, которой и строятся долгосрочные

партнерские связи. Успешное развитие предприятия зависит от того, насколько правильно будут выстроены эти отношения.

Таким образом, коммерческая работа представляет собой обширную сферу оперативно-организационной деятельности торговых организаций и предприятий, направленную на совершение отношений по поводу купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Такой подход конкретизирует и предопределяет направленность функций коммерческой деятельности, связанных с закупкой, продвижением товаров от поставщика до потребителя и продажей их конечному покупателю[31].

## **1.2 Функции и содержание коммерческой деятельности**

Коммерческая деятельность реализует себя через различные обязательно осуществляемые ее субъектами функции, под которыми понимается совокупность определенных обязательных действий в процессе обмена, которые они должны совершать для достижения своих коммерческих целей. В зависимости от обстоятельств эти действия могут выполняться либо производителями товаров и услуг, либо предприятиями сферы торговли, либо в комбинации, то есть выполнение этих функций может распределяться между ними.

С учетом экономических факторов рынка и целевой предназначенности торгового предприятия на коммерческую деятельность возлагается выполнение следующих функций, по мнению автора книги «Коммерческой деятельности» Ф.П. Половцевой [44].

Функции коммерции обусловлены взаимодействием с рынками, потребителями, конкурентами и другими элементами внешней среды. Полученные исходные данные из внутренних и внешних источников трансформируются в информацию, на основе которой осуществляется коммерческая деятельность в торговом предприятии.

В литературе на концептуальном уровне часто рассматриваются следующие функциональные блоки организации: маркетинг, производство, финансы, кадры (таблица 1).

Таблица 1 – Основные функции коммерческого предприятия

Функции	Содержание	Примечание
Маркетинг	Функциональная деятельность предприятия по изучению, анализу и формированию рынков, направленная на удовлетворение потребностей потребителей	Основной предмет функциональной деятельности- информация
Сбыт (продажа)	Функциональная деятельность предприятия по распределению и доведению готовой продукции и услуг до потребителей	Основной предмет функциональной деятельности - товар
Обеспечение (закупка): - финансовое (финансирование)  - кадровое (наем персонала)        - материально-техническое	Функциональная деятельность предприятия по мобилизации и привлечению финансовых и денежных ресурсов: собственных ресурсов и ресурсов инвесторов и кредиторов Функциональная деятельность предприятия по мобилизации и привлечению (поиск, набор, отбор, наем, расстановка, подготовка, переподготовка, обучение) диспозитивных и элементарных трудовых ресурсов- персонала предприятия (менеджеров, специалистов, рабочих, служащих) Функциональная деятельность предприятия по приобретению, поставке, сохранению и подготовке к использованию материально-технических ресурсов во всех видах функциональной деятельности предприятия	Финансы - это метаресурс, необходимый для приобретения всех других ресурсов  В некоторых классификациях эта функция не имеет самостоятельного значения  Материально-техническому обеспечению подлежит не только производственная, но и все другие виды деятельности предприятия
Производство (собственное производство)	Функциональная деятельность предприятия по соединению материально- технических ресурсов и ресурсов живого труда в процессе превращения предметов труда в продукт труда	Производство- функция предприятия, характерная для промышленного производства
Управление менеджмент	Системная функциональная деятельность предприятия, направленная на достижение цели предприятия	Особый вид целенаправленной деятельности предприятия

Выделение коммерческой деятельности как системно организованной совокупности коммерческих процессов встречается, у коллектива авторов из

Санкт-Петербурга Козлова В.К., Уварова С.А. и Яковлевой Н.В. В их работе «Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление» выделение коммерческих процессов из многообразия всей производственно-хозяйственной деятельности представлено наиболее концептуально и системно [26].

Согласно этому подходу, коммерческой можно назвать организацию, деятельность которой состоит как в добыче (извлечении), производстве, так и просто в покупке и последующей продаже (в обмен на деньги или другие товары) с целью получения в конечном итоге дохода (выгоды, прибыли).

Виды (функции) коммерческой деятельности предприятия определяются их местом в структуре воспроизводственного цикла и, соответственно, направленностью и содержанием представляющих их процессов и результатов. По этому признаку основными видами (функциями) коммерческой деятельности производственного предприятия являются: материально-техническое обеспечение (закупка - аренда, снабжение) и сбыт (распределение, продажа - аренда), включая послепродажное обслуживание [26].

Суть и принципиальное преимущество подобного определения заключается в подчёркивании и усилении значения коммерческих процессов (коммерческих функций) в организации, являющихся важнейшей составляющей всей системы её функциональной деятельности.

Однако коммерческая деятельность организации не сводится только к непосредственно коммерческим функциям закупки и продажи (аренды), а предполагает выполнение более широкого спектра функций различного характера, роли и содержания: от изучения и формирования спроса на продукцию; поиска, выбора и заключения сделок с партнёрами до доставки продукции непосредственно потребителю и осуществления управления как всей коммерческой деятельностью в целом, так и отдельными коммерческими процессами.

Ведь вся совокупность процессов представляет собой коммерческую деятельность и определяется как совокупность именно коммерческих процессов. Однако среди всех коммерческих процессов есть собственно коммерческие и технологические, которые с ними тесно взаимосвязаны.

Профессор Ю.В. Гуняков выделяет основные функции коммерческой деятельности, характерные для коммерческих предприятий любой отрасли (таблица 2) [15].

Таблица 2 – Функции коммерческой деятельности

Условия коммерческой деятельности	Функция	Стороны функции	
		Экономическая	Торгово-технологическая
Осуществляется на денежной основе	Финансовая (ФО)	Отношения с финансово-кредитными учреждениями. По кредитному договору, Фондовым рынком	Хранение, инкассация финансовых ресурсов
Оборудование, материалы, транспорт находятся у других предприятий	Материально-техническая (МТО)	Отношения с поставщиками материально-техническими ресурсами по договору поставки	Транспортировка, складирование, хранение
Осуществляется специалистами	Обеспечение рабочей силой (ОРС)	Отношение с носителями рабочей силы по трудовому контракту, рекрутинговыми организациями	Техника безопасности, охрана труда
Организуется на основе информации	Информационная (ИО) маркетинг	Отношения с носителями информации по договору купли-продажи информации	Сбор, обработка, хранения
Отсутствие товаров для продажи	Закупка товаров (ЗТ)	Отношения с поставщиками товаров по договору поставки	Транспортировка, складирование, хранение
Наличие закупленных товаров	Продажа товаров (ПТ)	Отношения с розничными покупателями по договору купли-продажи	Подготовка к продаже, размещение, выкладка
Наличие условий для оказания услуг	Продажа услуг (ПУ)	Отношения с розничными покупателями по договору купли-продажи	Техническое обслуживание товаров, транспортировка

Экономическое содержание функций, выполняемых коммерческими предприятиями направлены на достижение основной цели.

Важно отметить, что функции, которые выделяет Гуняков Ю.В. в своих трудах универсальны и характерны для каждого коммерческого предприятия любой отрасли. Совокупность всех этих функциональных отношений составляет содержание коммерческой деятельности предприятий [15].

Модель содержания коммерческой деятельности представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 - Модель содержания коммерческой деятельности

На модели видно, что экономическое содержание функций не одинаково: часть из них направлена на создание необходимых условий для достижения главной цели коммерческих предприятий — получения прибыли. Они связаны с покупкой капитала, материально-технических средств, труда, информации, товаров. Другие обязательные действия в процессе обмена — продажа (сбыт) продукции и услуг обеспечивают возмещение расходов, которые сопровождают выполнение каждой функции, и

получение необходимой прибыли. Информационная функция, с одной стороны, предполагает маркетинговое обслуживание процессов купли-продажи, а с другой является связующим центром всех остальных и, обеспечивая их взаимодействие, участвует в создании синергетического эффекта коммерческой деятельности [15].

Функции коммерческой деятельности реализуются через осуществление совокупности конкретных трудовых операций.

Финансовое обеспечение коммерческой деятельности является первостепенным условием ее осуществления и означает постоянное финансирование всех операций, связанных с куплей – продажей, капитальные вложения, финансовое планирование, финансовую оценку результатов коммерческой деятельности.

Материально – техническое обеспечение связано с приобретением машин, оборудования, сырья, комплектующих материалов, инвентаря, то есть всего, что необходимо для хозяйственной деятельности.

Покупка рабочей силы путем найма сотрудников призвана обеспечить личностный фактор, осуществляющий коммерческую деятельность.

Информационное обеспечение включает получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации. Вся эта цепочка связана с многоступенчатым продвижением, анализом и систематизацией информации.

Закуп товаров связан с поиском поставщиков и приобретением отсутствующих товаров. Стратегическая цель закупочной деятельности состоит в бесперебойном обеспечении предприятия или организации необходимыми материально – техническими ресурсами по количеству, качеству, номенклатуре [45].

Продажа (сбыт) товаров и услуг потребителям, либо посредникам означает их эквивалентную передачу новым собственникам и включает: выбор покупателей, установление коммерческих связей, разработку сбытовой программы, составление графиков и осуществление поставок.

По мнению авторов В.К. Козлова и Ю.В. Гунякова, функция формирующая доходы - это сбыт или продажа, на которую влияют все функции [15, 26].

Завершающая функция коммерческой деятельности – предоставление дополнительных услуг: предпродажных, связанных с продажей товара и послепродажных [38].

Таким образом, характер и содержание выполняемых операций при осуществлении коммерческой деятельности будут зависеть от избранной формы продвижения товара и той стадии, на которой этот товар находится [40].

### **1.3 Принципы и подходы организации коммерческой деятельности**

Эффективность коммерческой деятельности обусловлена качеством сформированной системы отношений. Их совершенство в свою очередь зависит от того насколько полно и правильно применяются принципы коммерческой деятельности. Принципы определяют основные направления коммерческой деятельности, требования к формированию отношений, их организации.

В литературных источниках приводятся разные принципы коммерческой деятельности. Однако они не могут быть произвольными, поскольку обмен – явление объективное, то и основные его положения должны быть таковыми. Основные принципы коммерческой деятельности вытекают из требований объективных законов, определяющих действия ее субъектов. Другими словами, принципы коммерческой деятельности порождены, отражают требования объективных законов, регулирующих коммерческую деятельность. Например, авторы «Основ коммерческой деятельности» называют следующие: неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга; гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка; умение предвидеть коммерческие



риски; выделение приоритетов; высокая ответственность за выполнение принятых обязательств по торговым сделкам; нацеленность на достижение конечного результата - прибыли [10, 15, 39, 40].

Как видно, перечисленные положения разного порядка: 1,2,4 отражают общие признаки торговли; 3,5,6-требования к профессионализму коммерческих работников. Этот перечень можно продолжить: умение правильно выбрать партнера, готовность к упорному труду, умение представить товар и т.п.

Принципы коммерческой деятельности характеризуют действия, отражающие нормы, правила осуществления обмена. В литературных источниках приводятся разные принципы коммерческой деятельности (таблица 3).

Таблица 3 - Принципы коммерческой деятельности

Принципы коммерческой деятельности			
Половцева Ф.П. [44]	Осипова Л.В. Синяева И.М. [40]	Панкратов Ф.Г. [41]	Дашков А.П. Памбухчиянц В.К. [16]
<ul style="list-style-type: none"> <li>-полная самостоятельность и равноправие субъектов рынка;</li> <li>-приспособляемость коммерческих функций к ситуационным изменениям рынка;</li> <li>-ответственность за выполнение взятых обязательств перед партнерами по купле - продаже товаров;</li> <li>-взаимодействие коммерции с маркетингом и менеджментом;</li> <li>-предвидение коммерческих рисков;</li> <li>-адаптация коммерческих работников к новым условиям работы;</li> <li>-получение прибыли от реализации продукции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-неразрывная связь коммерции с принципами маркетинга;</li> <li>-гибкость коммерции, ее направленность на учет постоянно меняющихся требований рынка;</li> <li>-умение предвидеть коммерческие риски;</li> <li>-выделение приоритетов;</li> <li>-проявление личной инициативы;</li> <li>-высокая ответственность за выполнение принятых обязательств;</li> <li>-нацеленность на достижение конечного результата–прибыли.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-свободой выбора партнера, контрагента по закупке товаров;</li> <li>-экономическим равноправием партнеров;</li> <li>-саморегулирование процессов поставки и купли-продажи товаров;</li> <li>-свободой ценообразования;</li> <li>-конкуренция поставщиков и покупателей;</li> <li>-строгой материальной и финансовой ответственностью сторон за выполнение принятых обязательств</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-соблюдение действующего законодательства;</li> <li>-высокая культура обслуживания покупателей;</li> <li>-оптимальность коммерческих решений;</li> <li>-доходность и прибыльность</li> </ul>

Таким образом, в современных условиях, утверждают авторы, коммерческая деятельность должна строиться на принципах полного равноправия торговых партнеров, строгой материальной и финансовой ответственности сторон за выполнение принятых обязательств.

Принципы – это, во-первых, исходный пункт, основное исходное положение науки и основные нормы поведения, правила научной деятельности, на базе которых она организуется. Во-вторых, в аспекте коммерциологии, принципы определяют основные направления коммерческой деятельности, требования к формированию отношений, их организации [18].

Основные принципы коммерческой деятельности вытекают из требований объективных законов, определяющих действия ее субъектов. Другими словами, принципы коммерческой деятельности порождены, отражают требования объективных законов, регулирующих коммерческую деятельность (таблица 4).

Таблица 4 – Принципы и механизмы коммерческой деятельности

Экономические законы	Принципы	Механизм осуществления принципа
1. Закон прибыли	Целевая направленность коммерческой деятельности: максимизация прибыли	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение стратегии фирмы.</li> <li>- Разработка краткосрочных и долгосрочных целей, составление дерева целей.</li> <li>- Разработка программы реализации целей.</li> <li>- Выполнение данной программы</li> </ul>
2. Закон циклического развития	Ведущее звено в деятельности фирмы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ этапов развития фирмы и товара</li> <li>- Выполнение особенностей фаз, на которых находится фирма или товар в настоящий момент.</li> <li>- Определение первостепенных задач и их решение.</li> </ul>

#### Окончание таблицы 4

Экономические законы	Принципы	Механизм осуществления принципа
3. Закон возвышающихся потребностей	Более полное удовлетворение потребностей покупателя	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведение маркетинговых исследований.</li> <li>- Определение мер направленных на наиболее полное их удовлетворение.</li> <li>- Мониторинг выполнения мер</li> </ul>
4. Всеобщий закон экономии	Оптимизация издержек обращения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ существующих затрат.</li> <li>- Планирование издержек обращения.</li> <li>- Мониторинг их осуществления.</li> </ul>
5. Закон повышения эффективности	Повышение эффективности коммерческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сопоставление доходов и расходов.</li> <li>- Управление доходами.</li> <li>- Управление расходами.</li> <li>- Определение мер дальнейшего повышения эффективности коммерческой деятельности.</li> <li>- Мониторинг выполнения мер.</li> </ul>
6. Закон пропорционального развития	Планирование коммерческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>Прогнозирование коммерческой деятельности.</li> <li>- Планирование всех коммерческих функций.</li> <li>- Контроль выполнения планов и их оперативное уточнение.</li> </ul>
7. Закон спроса и предложения	Гибкость коммерческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетинговые исследования спроса и предложения.</li> <li>- Прогнозирование и планирование коммерческой деятельности.</li> <li>- Своевременная корректировка планов.</li> </ul>
8. Закон стоимости и воспроизводства рабочей силы	Оплата по труду персонала фирмы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка различных форм и систем оплаты труда.</li> <li>- Мониторинг их эффективности.</li> </ul>
9. Закон опережающего роста производительности труда к динамике его оплаты	Материальное и моральное стимулирование труда	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка различных форм и систем материального и морального стимулирования.</li> <li>- Мониторинг их эффективности.</li> </ul>
10. Всеобщий закон экономии времени	Минимизация рисков в коммерческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SWOT – анализ</li> <li>- Разработка программ управления рисками.</li> <li>- Мониторинг их эффективности.</li> </ul>
11. Закон конкуренции	Состязательность, соперничество коммерческих фирм	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SWOT – анализ</li> <li>- Разработка мер по повышению конкурентоспособности фирмы.</li> <li>- Мониторинг их эффективности.</li> </ul>

Так же согласно экономическим законам определяются более частные аспекты коммерческой деятельности и формируются свои принципы:

- организация хозяйственных связей;

- выбор поставщиков;
- внутрифирменные отношения;
- торгово-технологические процессы и т.д.

В России неоднозначно развивается коммерческая деятельность и подходы к ней не развиваются постепенно один из другого, а скачкообразно. Это связано с кризисными явлениями, которые периодически возникают. В данный момент организации пытаются разработать антикризисный подход, который должен помочь в период мирового кризиса, чтобы остаться на рынке и не потерять завоеванную долю [29].

#### **1.4 Механизмы коммерческой деятельности**

Рассмотрение проблемы механизмов коммерческой деятельности позволяет конкретизировать изучение коммерческой деятельности, т.е. рассмотреть осуществление ее в хозяйственной практике.

Изучение механизмов коммерческой деятельности раскрывает практическую, конструктивную функцию науки о коммерческой деятельности предприятия. Познание механизмов, базируясь на наблюдении за действиями участников обмена, предполагает широкое использование стоимостных оценок коммерческих связей, позволяющих предусмотреть возможные изменения в их отношениях, как в характере, так и в результатах, определить пути оптимизации. Это означает, что исследование механизмов коммерческой деятельности делает необходимым использование различных логических построений и разнообразных расчетов. Только таким образом становится возможным сравнительно точно определить конкретные условия оптимальности действий каждой из сторон процессов постоянно трансформирующего обмена [31].

Механизм коммерческой деятельности по Гунякову Ю.В. – это необходимая взаимосвязь, внутренняя организованность, упорядоченность отношений между субъектами рынка [15]. Являясь частью хозяйственного

механизма, механизм коммерческой деятельности представляет собой комплекс видов, форм, методов, инструментов взаимодействия между субъектами по поводу купли-продажи, совокупность способов осуществления процессов обмена.

Коммерческая деятельность – явление экономического порядка, хотя ей присущи и технологические моменты, она включает в себя различные внешние и внутренние механизмы [17].

Осуществление технологического аспекта коммерческих функций происходит в основном посредством применения внутренних механизмов коммерческой деятельности. Механизм коммерческой деятельности состоит из четырех блоков. Каждый блок механизма подразумевает осуществление нескольких функций.

На рисунке 3 представлена структура механизма коммерческой деятельности [15].

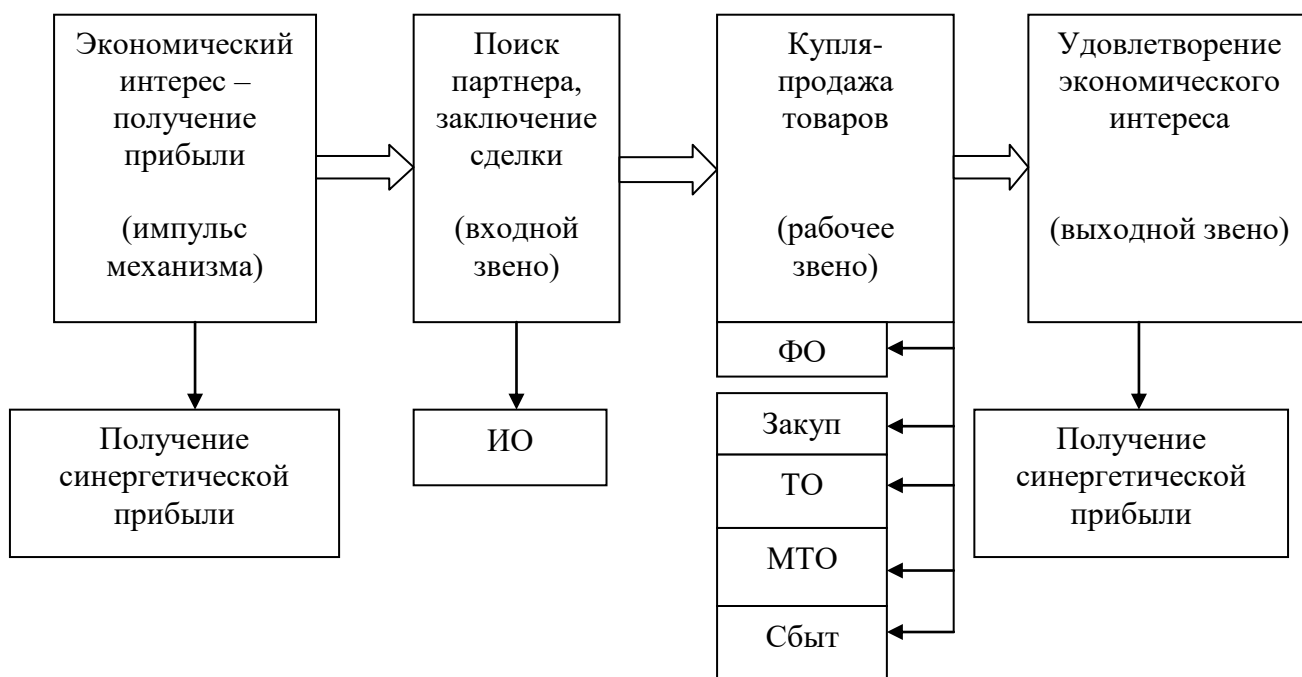


Рисунок 3 - Структура механизма коммерческой деятельности

Механизм коммерческой деятельности состоит из четырех блоков. Каждый блок механизма подразумевает осуществление нескольких функций.

Импульсом является экономический интерес, т.е. получение

синергетической прибыли.

Второй блок: поиск поставщиком и заключение сделки. Для того, чтобы найти поставщиков необходима информация – а это функция информационного обеспечения. Заключение и осуществление договора относится к функции закупа товаров.

Третий блок: для осуществления купли-продажи товаров необходимо нанять рабочий персонал – это функция трудового обеспечения. Купить или арендовать средства доставки товара на склад – это функция материально-технического обеспечения. Непосредственно продажа товаров – это функция сбыта. И для того, чтобы реализовать все функции необходимы денежные затраты – а это функция финансового обеспечения.

В четвертом блоке происходит удовлетворение экономического интереса, т.е. получение максимальной (синергетической) прибыли.

Таким образом, видно, что каждый блок механизмов коммерческой деятельности имеет взаимосвязь с функциями коммерческой деятельности.

Основываясь на трудах Ю.В. Гунякова «Начала коммерциологии: функциональный аспект» можно привести следующую классификацию механизмов коммерческой деятельности [15]:

1. Механизмы, связанные с типом коммерческой деятельности. Т.е. - это механизмы купли-продажи вещественных товаров, аренды, технического обслуживания, интеллектуальных товаров, туризма и др. Как видно, в основе классификации коммерческих механизмов находится специфический предмет торговли.

2. Механизмы, связанные с видами коммерческой деятельности. Вид - категория, показывающая ряд объектов, входящих в более широкий класс - тип. Эту группу составляют механизмы торговли оптом и в розницу, краткосрочная аренда и лизинг, техническое обслуживание товаров производства и другие.

3. Механизмы, связанные с формами коммерческой деятельности. Форма, как категория, трактуется в двух аспектах.

4. Механизмы, связанные с методами коммерческой деятельности. Понимаются методы, способы, приемы, правила применяемые для его осуществления. Так в опте - купля-продажа через заказ, личный отбор, через склады, по образцам, каталогам и т.д. В розничной торговле – индивидуальное обслуживание, свободный доступ, по образцам и т.д.

5. Механизмы, связанные с инструментами коммерческой деятельности. Они представлены всевозможными средствами, орудиями труда, необходимыми для исполнения тех или иных функций коммерческой деятельности.

Отношения организации, упорядоченности, составляющие сущность механизмов коммерческой деятельности, воспринимают интересы сторон, преодолевают их противоречивость и находят согласование в той или иной конкретной специфической форме. В системе отношений коммерческой деятельности данная группа, связанная с их механизмами, находится на самой поверхности этой структуры, но именно она обуславливает логичность и внутреннюю устроенность всей системы. Это иллюстрирует рисунок 4.

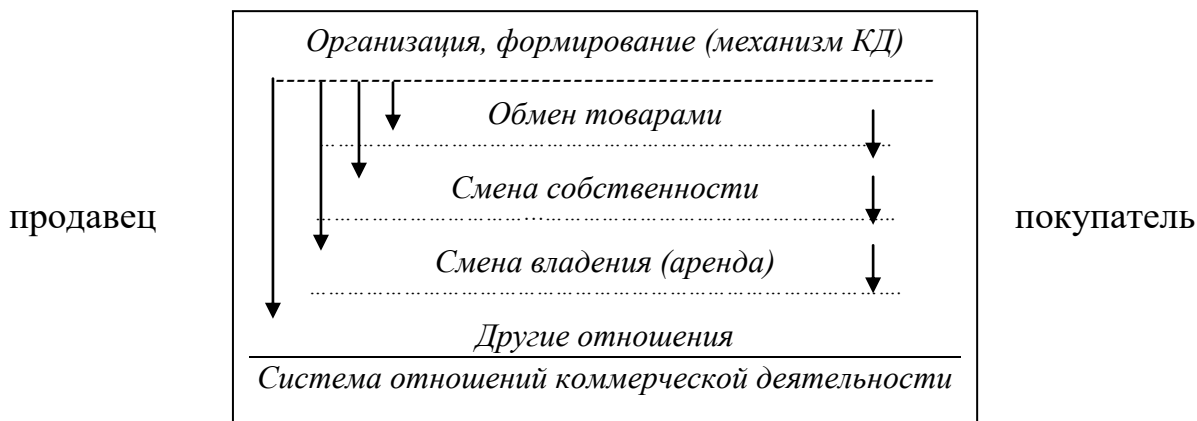


Рисунок 4 - Место механизма коммерческой деятельности в системе коммерческих отношений

Выделение в системе коммерческих отношений данного самостоятельного звена важно и в теоретическом, и в практическом значении. Новые возможности рынка реализуются через организацию

эффективных хозяйственных связей между субъектами, посредством создания соответствующего механизма коммерческой деятельности. Если он отсутствует или несовершенен, резервы рынка остаются потенциальными, невостребованными, что приносит экономические потери и для каждого отдельного предприятия, и для экономики в целом [15].

Поэтому изучение и формирование механизма коммерческой деятельности – одна из центральных задач в рыночной экономике, стоящей в одном ряду с такими узловыми целями, как приватизация предприятий, проведение эффективной инвестиционной политики, реструктуризация производства, осуществление социальной реформы.

### **1.5 Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия**

В современных условиях предприятия торговли ориентированы не только на структурное и организационное развитие, но и на повышение эффективности коммерческой деятельности.

Показатели деятельности торгового предприятия, осуществляются на коммерческой основе, подразделяются на две группы, оценивающие две категории: экономическую эффективность и экономический эффект.

Экономическая эффективность определяется как соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами. Целью торгового предприятия является достижение максимальных результатов деятельности при оптимальном экономическом потенциале предприятия, относительном сокращении издержек обращения и высокой культуре обслуживания [57].

Экономический эффект – это результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как оборот розничной торговли, объем продажи товаров, валовой доход, прибыль [41].



Системный подход в экономическом анализе направлен на разработку научно обоснованных вариантов решения определенных задач, а также позволяет выбрать наиболее целесообразные управленческие решения для достижения поставленных целей.

Систему показателей, используемых при проведении комплексного анализа, целесообразно построить по схеме:

Ресурсы → Затраты → Результаты (РЗР)

В качестве обобщающего показателя эффективности деятельности предприятия могут выступать комплексные показатели оценки эффективности торговой деятельности, финансово – хозяйственной деятельности, показатели эффективности хозяйствования торгового предприятия, темпа экономического развития и т.п. [46].

Обобщение основных показателей представлено в таблице 5.

Таблица 5 - Основные показатели оценки эффективности использования ресурсов предприятия

Вид ресурсов	Показатели эффективности использования	
	ресурсный подход	затратный подход
Трудовые	- производительность труда	зарплатоотдача или отдача затрат на содержание трудовых ресурсов
	- прибыль на одного работника	зарплаторентабельность или рентабельность затрат на содержание трудовых ресурсов
Основные фонды	- фондоотдача	отдача затрат по содержанию основных фондов или амортизациоотдача
	- фондорентабельность	рентабельность затрат по содержанию основных фондов или амортизациорентабельность
	- фондовооруженность	затраты на содержание основных фондов на одного работника предприятия
	- техническая оснащенность	соотношение затрат на содержание основных фондов и затрат на содержание трудовых ресурсов предприятия.
Оборотные средства	- время обращения	производительность потребленных оборотных средств
	- скорость обращения	
	- рентабельность использования оборотных средств	рентабельность потребленных оборотных средств

Основное внимание при оценке эффективности использования ресурсов уделяется трудовым и материальным, именно по этим видам ресурсов существует достаточно стройная система их оценки, дополненная комплексом соответствующих показателей эффективности использования на основе затратного и ресурсного подходов к построению показателей [14].

Таким образом, оценка эффективности использования времени как составного элемента ресурсного потенциала предприятия должна основываться на сравнении результатов различных направлений деятельности в единицу времени.

Комплексный экономический анализ деятельности торгового предприятия может включать различное сочетание используемых показателей в зависимости от поставленных целей. В таблице 6 приведены наиболее часто используемые показатели.

Таблица 6 – Показатели, влияющие на оценку эффективности коммерческой деятельности предприятия

Группа показателей	Показатели	Формула расчета	Функции КД
1. Эффективность использования основных фондов	Фондоотдача (руб.)	$\Phi_o = \text{ОРТ} : \text{ОФ}$	МТО
	Фондоемкость (рур.)	$\Phi_e = \text{ОФ} : \text{ОРТ}$	
	Фондорентабельность (руб.)	$\Phi_{рен} = \Pi : \text{ОФ}$	
	Фондовооруженность (тыс. руб.)	$\Phi_{воор} = \text{ОФ} : \text{Ч}_{ср}$	
	Фондооснащенность (тыс. руб.)	$\Phi_{снащ} = \text{ОФ} : \text{Ч}_{топ}$	
2. Эффективность использования площадей	Оборот розничной торговли на 1м <sup>2</sup> общей (торговой) площади (тыс. руб.)	$T \text{ на } 1\text{м}^2 = T : S$	МТО
	Прибыль на 1м <sup>2</sup> общей (торговой) площади (тыс. руб.)	$T \text{ на } 1\text{м}^2 = \Pi : S$	
3. Эффективность использования оборотных средств	Коэффициент эффективности использования оборотных средств	$K_{эф} = \frac{\Pi}{\text{ОС}}$	ФО
	Время обращения (дни)	$O_{oc} = \text{ОС}_{xt} : \text{ОРТ}$	
	Скорость обращения (обор.)	$K_o = \text{ОРТ} : \text{ОС}$	
4. Эффективность использования трудовых ресурсов	Производительность труда (тыс. руб.)	$\Pi T = \text{ОРТ} : \text{Ч}$	НРС
	Прибыль на одного работника обслуживающего персонала (тыс. руб.)	$\Pi_{на 1\text{раб.топ}} = \Pi : \text{Ч}_{топ}$	

## Окончание таблицы 6

Группа показателей	Показатели	Формула расчета	Функции КД
	Производительность труда работника обслуживающего персонала (тыс. руб.)	$ПТ_{\text{топ}} = \text{ОРТ} : Ч_{\text{топ}}$	
	Прибыль на одного работника обслуживающего персонала (тыс. руб.)	$П_{\text{на 1 раб. топ}} = П : Ч_{\text{топ}}$	
5. Эффективность текущих затрат	Уровень издержек обращения (%)	$У_{\text{ио}} = \text{ИО} : \text{ОРТ} \times 100$	ФО
	Затратоотдача (оборот розничной торговли на 1 руб. текущих затрат), руб.	$З = \text{ОРТ} : \text{ИО}$	
	Рентабельность издержек обращения (%)	$Р_{\text{ио}} = П : \text{ИО} \times 100$	
6. Эффективность использования товарных запасов	Время обращения товарных запасов (дни)	$О_{\text{тз}} = ТЗ_{\text{хт}} : \text{ОРТ}$	З
	Скорость обращения товарных запасов (оборот.)	$К_{\text{о}} = \text{ОРТ} : ТЗ$	
	Уровень товарных запасов (%)	$У_{\text{тз}} = ТЗ : \text{ОРТ} \times 100$	
7. Эффективность использования рекламных средств	Реклама	$Р = (Т_{\text{х}} П_{\text{х}} Д : 100) \times (Н : 100) - И$	ИО
8. Эффективность работы предприятия	Рентабельность конечной деятельности	$У_{\text{р}} = ЧП : Р \times 100$	П
	Прибыль	$ЧП = П_{\text{об.д.}} - ЧР + ЧД$	

В данной таблице отражены показатели, влияющие на оценку эффективности коммерческой деятельности предприятия. Как видно каждый показатель относится к функциям коммерческой деятельности.

На практике более целесообразно сочетать использование системы показателей для оценки эффективности деятельности с расчетом обобщающих показателей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предметом изучения в работе является коммерческая деятельность.

Объектом исследования – ИП Ходкевич С.В. магазин «Одежда», занимающийся розничной реализацией мужской и женской одежды и аксессуаров.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

- среднегодовая стоимость основных фондов магазина «Одежда» за период анализа выросла на # тыс. руб. в денежной форме или на # в относительном выражении и составила # тыс. руб. в 2015 году;

- средняя стоимость оборотных средств в динамике выросла на # тыс. руб. в абсолютном выражении или на # в относительной форме, в результате чего она составила # тыс. руб. в 2015 году, что в первую очередь было связано с ростом товарных запасов предприятия;

- общая сумма доходов магазина «Одежда» в 2015 году составила # тыс. руб., что на # тыс. руб. в абсолютном выражении или на # в относительной форме выше доходов прошлого года. Рост доходов является положительным моментом в работе предприятия. Общая сумма расходов увеличилась в текущем периоде анализа на # в относительной форме или на # тыс. руб. в денежном выражении и составила ## тыс. руб. в 2015 году. Изменение расходов следует оценивать позитивно, так как их рост ## не превышает темпов роста оборота розничной торговли предприятия ##. То есть снижается уровень затрат, что свидетельствует об относительной экономии средств, имеющихся у магазина «Одежда». Чистая прибыль предприятия составила # тыс. руб. в 2015 году, что больше предыдущего года на # тыс. руб. в денежной форме или на # в относительном выражении. Рентабельность конечной деятельности снизилась с # до #, что свидетельствует о снижении эффективности работы;

- организацией закупочной деятельности в магазине «Одежда» занимается кладовщик. Преобладание посредников объясняется тем, что

предприятие реализует широкий круг одежды и обуви, и ему выгоднее работать с предприятиями, которые уже собрали на своих складах однотипную продукцию различных производителей;

- средние товарные запасы рассматриваемого предприятия торговли в отчетном периоде анализа составили # тыс. руб., что больше прошлого года на # тыс. руб. в абсолютном выражении или на # в относительной форме;

- динамика таких показателей, как время и скорость обращения, уровень товарных запасов свидетельствует о повышении эффективности использования рассматриваемого вида ресурсов торгового предприятия. Но при этом негативной оценки заслуживает изменение в динамике такого показателя, как коэффициент эффективности использования товарных запасов предприятия.

Таким образом, проведенный анализ коммерческой деятельности магазина «Одежда» позволил выявить, как положительные, так и отрицательные моменты в его работе. Отрицательные моменты требуют разработки мероприятий, направленных на их устранение в дальнейшем.

Для повышения эффективности коммерческой деятельности в работе были предложены следующие мероприятия.

Целесообразно провести перепланировку для увеличения торгового зала, за счет уменьшения подсобных помещений. Данное мероприятие позволит увеличить торговую площадь до # кв.м.

Таким образом, товарооборот увеличится на #### тыс.руб. и составит, с учетом выдвинутого предложения, #### тыс.руб. (По Бланку).

В целях улучшения использования торговой площади для загрузки оборудования предлагаем расширить ассортимент, что будет способствовать росту чистой прибыли предприятия.

Таким образом данная рекомендация увеличит чистую прибыль на ### тыс.руб. ##### и повысит загрузженность торгового зала, в результате введения новых товарных групп.

В настоящее время поставщиком мужской одежды в магазин является

компания ООО «Ziver», Москва. Магазины предлагается заключить договор ООО «Классика Быта», г.Красноярск, в связи с тем, что данное предприятия при больших объемах покупок предлагает более выгодные условия.

Если приобретать продукцию у ООО «Классика Быта», можно снизить себестоимость продукции на 1% и получить дополнительную прибыль без каких-либо дополнительных затрат.

Рост товарооборота предприятия во многом зависит от уровня квалификации торгового персонала, квалифицированный персонал увеличивает рост товарооборота в год до 7-10%. Из анализа торгового персонала мы выявили, что 75% персонала имеют средне-специальное образование. Следовательно, необходимо повышение квалификации или отправить на обучение в Торгово-экономический институт. Стоимость обучения составит ## т.р. в год на человека, общая сумма затрат составит # т.р.

При этом социальный эффект будет заключаться в том, что снизится текучесть кадров и повысится производительность труда. Все это непосредственно приведет к увеличению объемов продаж.

В рамках расширения дополнительных услуг и с целью увеличения объемов продаж рекомендуем создать виртуальное представительство в сети Интернет. Это позволит не только увеличить товарооборот фирмы, но и положительно отразится на ее деловой репутации.

Можно предложить видеомаркетинг как эффективную схему получения дополнительных продаж, который доступен даже при небольшом бюджете. Данный метод можно использовать для тестирования спроса и получения стартовых продаж.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 02.11.2014). – Режим доступа: Консультант Плюс
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. от 23.07.2014). – Режим доступа: Консультант Плюс
- 3 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 №146-ФЗ (ред. от 02.11.2014). – Режим доступа: Консультант Плюс
- 4 Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 №14-ФЗ (ред. от 29.12.2013, с изм. от 23.07.2014). - Режим доступа: Консультант Плюс
- 5 ГОСТ Р 51303-13. Торговля. Термины и определения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
- 6 ГОСТ Р 51304-2010. Услуги розничной торговли. Общие требования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://doc-load.ru>
- 7 Абчук, В.А. Коммерция: учебник / В.А. Абчук. – СПб.: Изд – во Михайлова В.А, 2012.- 475с.
- 8 Абрюшина, М.С. Финансовый анализ коммерческой деятельности: учебное пособие / М.С. Абрюшина. - М.: Финпресс, 2011. - 176с.
- 9 Александров, Ю.Л. Оптовый товароборот: текст лекции / Ю.Л. Александров; Краснояр. гос. торг. экон. ин – т. - Красноярск, 2007. – 20с.
- 10 Альбеков, А.У. Логистика коммерции: учебник / А.У. Альбеков, – Ростов-на Дону: Феникс, 2011. - 512с.
- 11 Брагина, Л. А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник / Л.А. Брагина; Т. П. Даньков. – М.: ИНФРА – М, 2012. – 560с.
- 12 Брагин, Л.А. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / Л.А. Брагин. - М.: ИНФРА – М, 2011. - 314с.

- 13 Валеви́ч, Р.П. Экономика торгового предприятия / Р.П. Валеви́ч, Г.А. Давыдова – Минск: Высшая школа, 2013. – 321с.
- 14 Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / С.Н. Виноградов. – Минск; Высшая школа, 2012. – 176с.
- 15 Виноградова, С.Н. Организация и технология продажи: учебник / С. Н. Виноградова. - М: Высшая школа, 2009. - 224с.
- 16 Гуняков, Ю.В. Коммерциология. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие. Ч.І. Общие организационно-экономические предпосылки коммерческой деятельности; Ч.ІІ. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий оптовой и розничной продажи / Под общ. ред. Ю.В. Гунякова; Краснояр. гос. торг. – экон. ин - т. - Красноярск, 2009. – 366с.
- 17 Гуняков, Ю.В. Коммерциология. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие. Ч.ІІІ. Организация и управление коммерческой деятельностью субъектов инфраструктуры / Под общ. ред. Ю.В. Гунякова; Краснояр. гос. торг. – экон. ин - т. - Красноярск, 2009. – 258с.
- 18 Гуняков Ю.В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности : монография/Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т. – 2015
- 19 Дашков, Л.П. Коммерция и технология продажи: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – М.: Маркетинг, 2012. – 699с.
- 20 Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. - М.: Дашков и К, 2011. - 520с.
- 21 Диксон П.Р. Управление маркетингом / П.Р. Диксон. - М.: БИНОМ, 2013. – 542с.
- 22 Друкер, П. Задачи менеджмента в XXI веке: учебное пособие / П. Друкер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2008. – 454с.
- 23 Друкер, П. Эффективное управление: Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер; пер с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2008. –



528с.

24 Елагин, Ю.А. Технология и коммерческая деятельность / Ю.А. Елагин, Т.И. Николаева. – Екатеринбург, 2011. – 207с.

25 Зайцев, Н.Л. Экономика организации: учебник / Н.Л. Зайцев.- М.: Экзамен, 2012. - 768с.

26 Каплина, С.А. Технология оптовой и розничной продажи: учебное пособие / С.А. Каплина. – М.: Феникс, 2013. – 416с.

27 Козлова, В.Н. Коммерческая деятельность предприятия. Стратегия, организация и управление: учебное пособие / В.Н. Козлова. - СПб.: Политехника, 2009. - 322с.

28 Лифиц М.М. Экономика и организация продажи / М.М. Лифиц, Г.Л. Рубинштейн. - М.: Экономика, 2011. – 356с.

29 Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография / В.В. Куимов, Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, Л.В. Панкова. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. – 268с.

30 Организация и технология торговых процессов: учебник / Ф.Г. Панкратов, О.А. Арустамов, П.Ю. Балабан [и др.]. – М.: Экономика, 2013. – 304с.

31 Организация коммерческой деятельности предприятия: коммерциология. Ч.1. Организационно-экономические предпосылки коммерческой деятельности: учеб. Пособие/ В.В. Куимов, Ю.В. Гуняков, И.А. Максименко, О.В. Рубан; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.В. Куимова.–2-е изд., перераб. и доп. –Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016.– 112 с.

32 Организация коммерческой деятельности: справочное пособие / Под ред. С. Н. Виноградовой. – Минск: Высшая школа, 2011. – 464с.

33 Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: учебник / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 602с.

34 Официальный сайт Территориального органа федеральной службы

государственной статистики по Красноярскому краю [Электронный ресурс] .

– Режим доступа:// <http://www.krasstat.gks.ru>

35 Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. - М.: Дашков и К, 2012. - 442с.

36 Памбухчиянц, В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / В. К. Памбухчиянц. - М.: Маркетинг, 2011. - 320с.

37 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. - М: Маркетинг. 2013. – 580с.

38 Панкратов, Ф.Г. Организация и технология торговых процессов. / Ф. Г. Панкратов. - М.: Экономика, 2012. - 304с.

39 Платонов, В.Н. Организация продажи: учебное пособие / В.П. Платонов. - Минск: БГЭУ, 2011. - 287с.

40 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА – М, 2012. - 248 с.

41 Протасов, В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, инвестиции, маркетинг / В.Ф. Протасов. – М.: Финансы и статистика, 2011. - 536с.

42 Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. - М.: Дашков и К, 2013. - 1012с.

43 Реструктуризация предприятий торговли. Теория. Практика. Результаты : монография /В.В. Куимов, Ю.В. Гуняков, Д.Ю. Гуняков. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. – 204 с.

44 Розничная и оптовая торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uchebnik.kz/roznichnaya-i-optovaya-torgovlya>.

45 Романенко, Е.А. Отчетность менеджеров по продажам: пути оптимизации // Управление сбытом, март 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sellings.ru/archive/?act=view&id=122>

46 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /

Г.В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 2011 – 128с.

47 Синецкий, Б.И. Основы коммерческой деятельности: учебник / Б. И. Синецкий. – М.: Юрист, 2012. – 658с.

48 Терещенко, Н.Н. Эффективность деятельности торгового предприятия: теория, методология, практика оценки: монография / Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельянова.- Краснояр. гос. торг.-экон ин-т. – Красноярск, 2004. - 229с.

49 Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник для вузов / Л.А. Брагина, Т.П. Данько, Г.Г. Иванов [и др.]; под ред. Л.А. Брагина. - М.: ИНФРА – М, 2011. – 560с.

50 Управление организацией: учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 669с.

51 Фатрелл, Ч. Основы продажи / Ч. Фатрелл. - М.: Довгань, 2011. – 600с.

52 Хопкинс, Т. Искусство торговать / Т. Хопкинс. – М.: Экономика, 2012. – 543с.

53 Чкалова, О.Н. Организация товароснабжения и формирование ассортимента: методическое пособие / О.Н. Чкалова. – М.: Экономика, 2013. – 234с.

54 Шандезон, Ж. Методы продажи / Ж. Шандезон; Под ред. В.С. Загашвили. – М.: Прогресс, Универс, 2012. – 160с.

55 Щур, Д.Л. Основы продажи. Оптовая торговля: Настольная книга руководителя, главбуха и юриста / Д.Л. Щур, Л.В. Труханович. - М.: ДИС, 2008. – 318с.

56 Экономика торгового предприятия / Под ред. А.И. Гребнева. - М.: Экономика, 2013. – 238с.

57 Якушев, А.А. Организация продажи на предприятии / А.А. Якушев – М.: ИНФО, 2012. – 224с.